

Cap al postperiodisme

ANDREU CLARET

El futur ja ha començat. La crisi d'identitat que viu el periodisme és producte d'un canvi que ha deixat enrera velles concepcions de l'ofici però que encara no ha dibuixat com serà el periodisme d'aquí a uns anys. Aquesta situació de trànsit que presenta més interrogants que no pas respostes, és la que provoca perplexitat. I també un cert pessimisme, en la mesura en què, els trets nous, els que comencen a imposar-se amb força i prepotència, no són massa engrescadors. Almenys per a un professional de formació clàssica, com és el meu cas, és a dir per a un periodista que es nega a acceptar que la modernització de l'ofici passi necessàriament per la pèrdua de la seva càrrega informativa.

Parlar del futur sempre és agosarat i més en un camp com aquest, sotmès a canvis de tota mena, que afecten l'economia, la tecnologia, la cultura i el llenguatge del periodisme. Tenim l'avantatge, però, que el futur ja és aquí i que si mirem el que passa als països capdavanters, sabrem el que ens passarà d'aquí a uns anys. Quan Joseph Pulitzer va crear l'Escola de Periodisme de la Universitat de Columbia, l'any 1913, era per fer del periodisme «una professió intel·lectual». La dimensió èpica i ètica que Pulitzer atribuïa a l'ofici justificava una inversió privada en premsa que avui, com tots sabem, necessita arguments molt més contundents. Iniciatives com la de Pulitzer connectaven amb un optimisme col·lectiu que ha desaparegut. Com diu el vice-president de l'ABC, Richard C. Wald, vivim

uns altres temps, marcats per «un escepticisme social que erosiona la influència de totes les institucions, inclosa la premsa».

És molt més fàcil explicar què ha estat el periodisme que no pas respondre a la pregunta què és actualment. Per ser benèvol i dir-ho en paraules alienes, és una professió amb «un present imperfecte i un futur indefinit». No és suficient. La imperfecció del periodisme actual respon a una mutació que ja ha començat i que està destinada a capgirar la idea tradicional que encara ens en fem. S'està produint el que alguns autors han qualificat com una «explosió» del periodisme en una nebulosa d'oficis cada cop més allunyats un de l'altre. Un conjunt d'activitats que ja no tenen com a referent aglutinador la informació sinó la comunicació.

Més que del periodisme que ve, potser caldria parlar dels periodismes que ens esperen. De modalitats molt diverses d'exercir un ofici de comunicador, tant diverses que cada cop és més legítim preguntar-se si té sentit agrupar-les en una mateixa categoria de reflexió. Les inèrcies del passat encara ens permeten anomenar «periodista» a professionals que fan tasques tant diferents com poden ser la de redactor d'un diari comarcal, operador del servei financer de l'agència Reuters, «papparazzi» de la premsa del cor, empleat d'una agència publicitària, cap del departament de comunicació d'una empresa o editorialista del *New York Times*. Si les tendències centrífugues que es manifesten dins la professió s'accentuen, serà inevitable buscar noms diferents per parlar de pràctiques que tenen cada cop menys coses en comú. Hi haurà professionals dedicats a la informació en les seves múltiples vessants (el vell ofici d'«intèrpret de la realitat», que deia Walter Lippmann), d'altres treballaran en el camp d'això que

els francesos en comencen a dir *info-com* (la informació-comunicació) i un tercer grup es dedicarà al que els nord-americans ja anomenen *info-tainment* (l'entreteniment, un ofici tan legítim com qualsevol altre, però que s'allunya del de periodista i s'endinsa cada cop més en el camp de l'espectacle).

Aquest és el futur que ja ha començat, dibuixat per les transformacions accelerades que s'estan produint en la indústria de la comunicació per l'evolució no menys ràpida de la tecnologia i per la influència creixent de la cultura àudio-visual. Pels qui procedim d'una formació i d'una pràctica diguem-ne tradicional (sense que això ens hagi d'acomplexar), és a dir, d'un periodisme casat amb la informació, el futur (i per tant, el present) es presenta carregat d'interrogants. El perill no rau en la definició de territoris nous de la comunicació sinó en la confusió creixent que s'estableix entre uns i altres. Com assenyala Jean Marie Charon, el redactor en cap de *Mediaspouvoirs*, l'autèntic perill és el de «l'asfíxia del periodisme» sota el pes de la comunicació.

No és una definició de teòric de la comunicació. És una realitat quotidiana, que patim de manera obsessiva els qui ens dediquem a la vessant més informativa de l'ofici. Una de les conseqüències més evidents d'aquesta tendència és la desnaturalització de la funció medidora del periodisme i la proliferació de l'anomenat «periodisme de declaracions». Com recordava la defensora del lector d'*El País*, Soledad Gallego-Díaz, l'extensió de la comunicació ha dut a una situació en la qual gairebé hi ha tants periodistes que treballen en algun gabinet de premsa (institucional o privat) com als mitjans de comunicació. El resultat d'aquesta evolució és la irrupció d'una cultura del fax i del comunicat, de la declaració i la contra-declaració, que els mitjans àudio-visuals han contribuït molt a

potenciar. Un periodisme instantani, que s'imposa en tots els àmbits i, molt particularment, en el de la política i la informació internacional. Tot plegat, en detriment de gèneres tradicionals com la crònica, el reportatge, la interpretació, que eren i són essencials per mantenir la identitat i la independència de l'ofici. Michel Mattien, un professor de l'escola d'Estrasburg, ha subratllat amb raó que aquest periodisme de la reacció immediata i del directe –facilitat per l'evolució de la tecnologia, la multiplicació dels satèl·lits, la digitalització i la miniaturització dels equipaments– és incompatible amb l'ambició tradicional de l'ofici perquè, com diu Mattien, «abolir el temps equival a abolir la informació».

La necessitat de dramatitzar-ho tot condiciona cada cop més l'enfocament de les notícies i l'estil dels comentaris. Provoca una confusió creixent entre realitat i ficció, entre notícia i espectacle, entre professional de la informació i estrella de la televisió, entre periodista i publicitari, entre informador i comunicador, entre fets i opinions. És un tema de molta volada, origen de molts dels problemes deontològics que té plantejats l'ofici. Quan Ortega va fundar *El Sol*, l'any 1917, ja pensava en fer negoci, però el seu objectiu primordial era «contribuir a l'educació política de les masses». El periòdic estava destinat al ciutadà-lector i el periodista era un mediador més o menys il·lustrat entre la realitat i aquest lector. Això s'ha acabat. Les empreses polítiques o culturals són cosa del passat o excepcions del present que confirmen el predomini del mercat. Els costos, la competència, la publicitat i l'audiència determinen cada cop més la raó de ser de qualsevol projecte periodístic. En molts consells de redacció el ciutadà-lector ha estat substituït per l'espectador i el periodista que triomfa no és el reporter, és l'animador.

La conseqüència i el perill d'aquesta evolució és que el

periodista acabi sent «el rostre humà de les màquines de comunicar que formen part dels dispositius de relacions públiques cada cop més generalitzats que irriguen la comunicació moderna», per dir-ho en paraules de l'historiador de la premsa Michael Palmer. Rostres que constitueixen una autèntica «mediaklatura» que condiciona la imatge que el gran públic té de l'ofici. D'aquesta manera, l'explosió de l'ofici a la qual ens referíem abans, es posa de manifest també en l'àmbit laboral, on la gamma de contractacions i categories es diversifica cada cop més. En aquest sentit, també seguim presoners dels conceptes. Tan periodista és un «anchorman» de la NBC, amb una fitxa equiparable a la d'un futbolista, com un d'aquests «video-falcons» de Los Àngeles, aquells joves dels guetos que es juguen la pell cada nit per un grapat de dòlars, amb una càmera Super-8, una moto i un escàner per interceptar les emissions de la policia i arribar a l'escenari de l'últim crim uns minuts abans que la televisió local. Quan parlem del periodisme que ve, a què ens estem referint ? Al de les estrelles o al dels falcons? Probablement a tots dos, perquè l'un i l'altre, el *star-journalism* i el *lumpen-periodisme* formen part d'un mateix panorama dominat per la irrupció de la imatge i l'espectacle. Tot plegat en detriment dels orígens i de la informació.

Pel que fa a la nostra periodística, plou sobre mullat. Vull dir que aquesta irrupció de la comunicació es produeix sobre un teixit empresarial dèbil i sobre una cultura professional deficient, coixa, que no ha tingut l'ocasió històrica de consolidar-se, com a altres països, abans que la dictadura de l'audiència fes massa estralls. Ja ho deia Rafael Mainar, un periodista català d'origen aragonès, l'any 1906: «*Aquí, como consecuencia de la preponderancia del periodismo de ideas, se considera más al articulista que al reportero al que aún se*

llama, despectivamente, gacetillero; cuando fuera de aquí, concediendo a la información el ser el alma del periodismo, el reportero es el que tiene mayor consideración y es el periodista profesional, mientras es ocasional el articulista». Aquesta tendència a donar prioritat a l'article d'idees sobre la peça informativa, denunciada també per Gaziel l'any 1927, ha estat menor en la història del periodisme català que va poder iniciar la seva modernització abans del franquisme. En general, però, la periodística espanyola no va fer seu, quan tocava, aquell vell adagi del *Manchester Guardian* segons el qual mentre els comentaris són lliures, els fets són sagrats (*Comment is free but facts are sacred*). Algunes tendències actuals del periodisme semblen considerar, al contrari, que són els comentaris els que són sagrats mentre els fets són lliures.

Si el futur acaba sent una prolongació del present, s'accentuaran els problemes d'identitat de l'ofici i el periodisme patirà una crisi de credibilitat sense precedents. Pot acabar arrelant la idea —que ja apareix en moltes enquestes— segons la qual els periodistes som una peça més de l'engranatge del poder, atravesat per la mateixa crisi que d'altres institucions. L'últim llibre sobre la professió que acaba de sortir a França es titula *Faut-il bruler les journalistes?* («Cal cremar els periodistes?»). És un interrogant provocador, plantejat des de dins de la professió per un destacat professional de la ràdio, Claude Guillaumin, que s'interroga sobre les crítiques cada cop més àcides que rep la premsa francesa per part de l'opinió pública d'aquest país. No són crítiques noves. Balzac ja feia dir a un dels seus personatges a mitjans del segle passat, que «el diari, en comptes de ser un sacerdoci s'ha tornat negoci, i com tots els negocis actua sense paraula i sense llei». Potser la novetat rau en que en els temps en què Balzac escrivia les «il·lusions

perdures», les crítiques anaven més cap els mitjans i ara comencen a tacar la imatge mateixa de la professió, la dels periodistes.

La generalització de les crítiques és injusta. Tots paguem pel que va passar a la Guerra del Golf, pel que diu (i per com ho diu) algun diari de Madrid, o pel que es pot sentir en una determinada tertúlia radiofònica. Mentre la majoria de l'ofici no pertany a la «mediaklatura», aquesta és la que dona el to de la professió. I per molt que s'hagin establert clàusules de consciència i mesures destinades a no identificar el mitjà amb el professional, la societat distingeix cada cop menys i jutja el periodista pel lloc on treballa més que pel que ha escrit. El que compta cada cop més és que formem part d'una «màquina de comunicar» poderosíssima, que ho impregna tot i deixa poc espai per la percepció de l'ofici com la vella professió quasi-liberal que fou durant molts anys. Tot facilita l'amalgama: la concentració dels mitjans de comunicació, les pressions de la competència, la dictadura de l'audiència, exigències que condicionen de moltes maneres el lliure exercici de l'ofici (lliure, en el sentit de crític i independent, subjecte només al criteri de la veritat i a un interès informatiu no determinat necessàriament per l'espectacle, pel conflicte o per la producció d'imatges fortes).

En aquest context, la defensa d'uns referents ètics té cada cop més importància. De l'existència d'unes normes deontològiques depèn, en bona mesura, que no s'esborrin del tot les fronteres de l'ofici i que la seva existència no quedi balcanitzada per una especialització exagerada. Més enllà però, dels codis deontològics, la qüestió ètica es planteja en termes del coratge necessari per evitar que quedin engolits en la nebulosa de la comunicació. «En el futur, els periodistes hauran

de tenir sempre més coratge per sostenir la dimensió individual, sempre contestada, de la seva tasca d'informació». És una reflexió assenyada de Dominique Wolton, el director del laboratori de Comunicació i Política del CNRS de París, que ens indica quins són els perills del futur (i del present) i com convé afrontar-los.

Tinc la impressió que aquest pessimisme és compartit per bastants col·legues. El que passa, és que l'esperit de supervivència s'ha imposat, com és lògic, i ens ha fet adoptar sovint una forma o altra de cinisme que pot dur el periodisme cap a la seva autodestrucció. O cap a un postperiodisme que navegarà per les autopistes de la comunicació enmig d'un desert informatiu. Com evitar-ho? Potser redescobrint el periodisme amb el coratge al qual em referia abans, per fer front als entrebancs, i amb la formació suficient (cultural i tècnica) per assumir la complexitat creixent de les coses. Però potser per damunt de tot, seguint aquell consell de Gaziell segons el qual «escriure abans de viure o escriure per viure, exclusivament, és com canviar per un taxi de lloguer el carro del diví Apolo».